



# Les Français et l'objet publicitaire

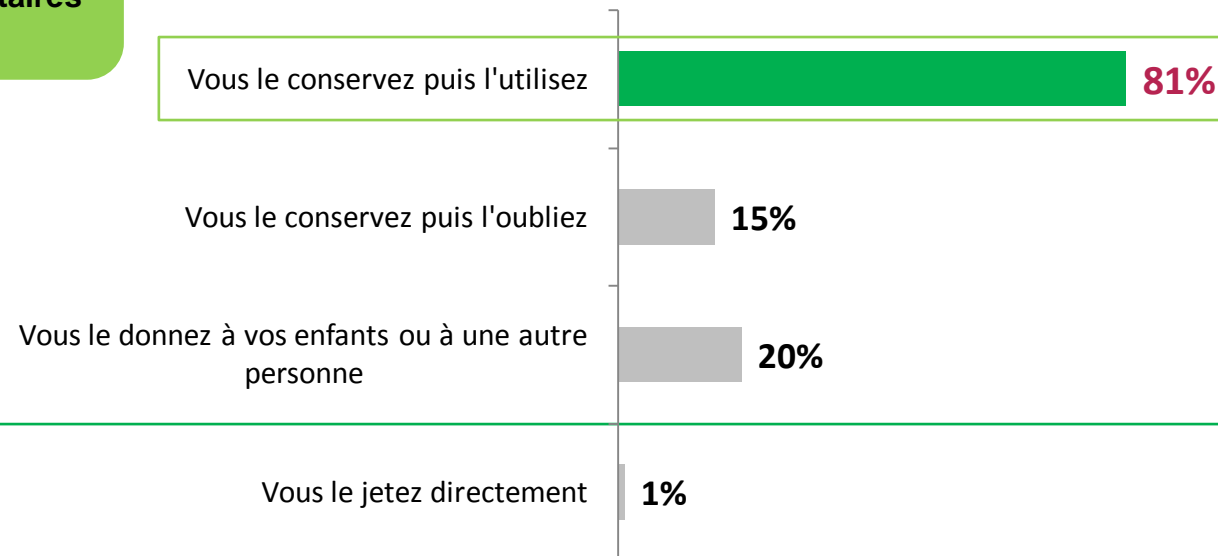
Extrait des résultats de l'étude quantitative

2013

<b>Mode de recueil</b>	Les interviews ont été recueillies via un questionnaire administré par Internet.
<b>Dates de terrain</b>	L'enquête a été menée du vendredi 22 février au lundi 4 mars 2013.
<b>Echantillon</b>	<b>1.002</b> Français âgés de 18 ans et plus, vivant en France métropolitaine.
<b>Quotas</b>	<p>Cet <b>échantillon est représentatif</b> de la population française métropolitaine âgée de 18 ans et plus, en termes de :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ <b>sexe,</b></li><li>▪ <b>âge,</b></li><li>▪ <b>CSP du chef de famille,</b></li><li>▪ <b>taille d'agglomération,</b></li><li>▪ <b>région</b> (9 régions UDA).</li></ul> <p>Ces quotas correspondent aux données de recensement de l'INSEE.</p>

## Conservation et utilisation des cadeaux publicitaires

**99% des Français conservent, pour eux-mêmes ou une tierce personne, les objets publicitaires qu'ils reçoivent.**



- **81% des Français utilisent les objets** publicitaires reçus. Qui sont ceux qui les utilisent le plus ?  
*Les femmes (85%), les CSP- (84%), les inactifs (82%) et les personnes vivant dans un foyer avec enfants (85%).*
- **20% donnent à leurs enfants ou à une tierce personne.** Qui sont ces Français qui donnent le plus les objets publicitaires ?  
*Les hommes (22%).*

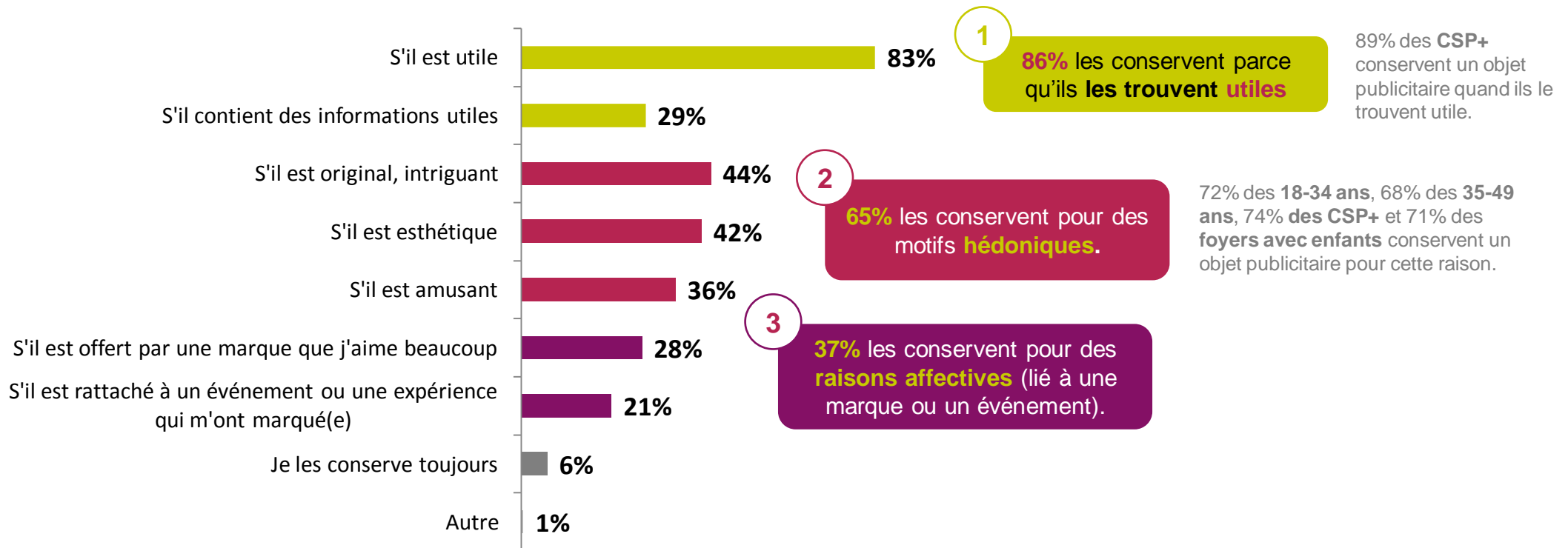
*La somme des scores est supérieure à 100% car les interviewés étaient autorisés à cocher plusieurs réponses.*

**Q10.** En général, lorsque vous recevez un cadeau publicitaire, qu'en faites-vous ?

**Base :** 1.002 Français âgés de 18 ans et plus

## Raisons de conservation des cadeaux publicitaires

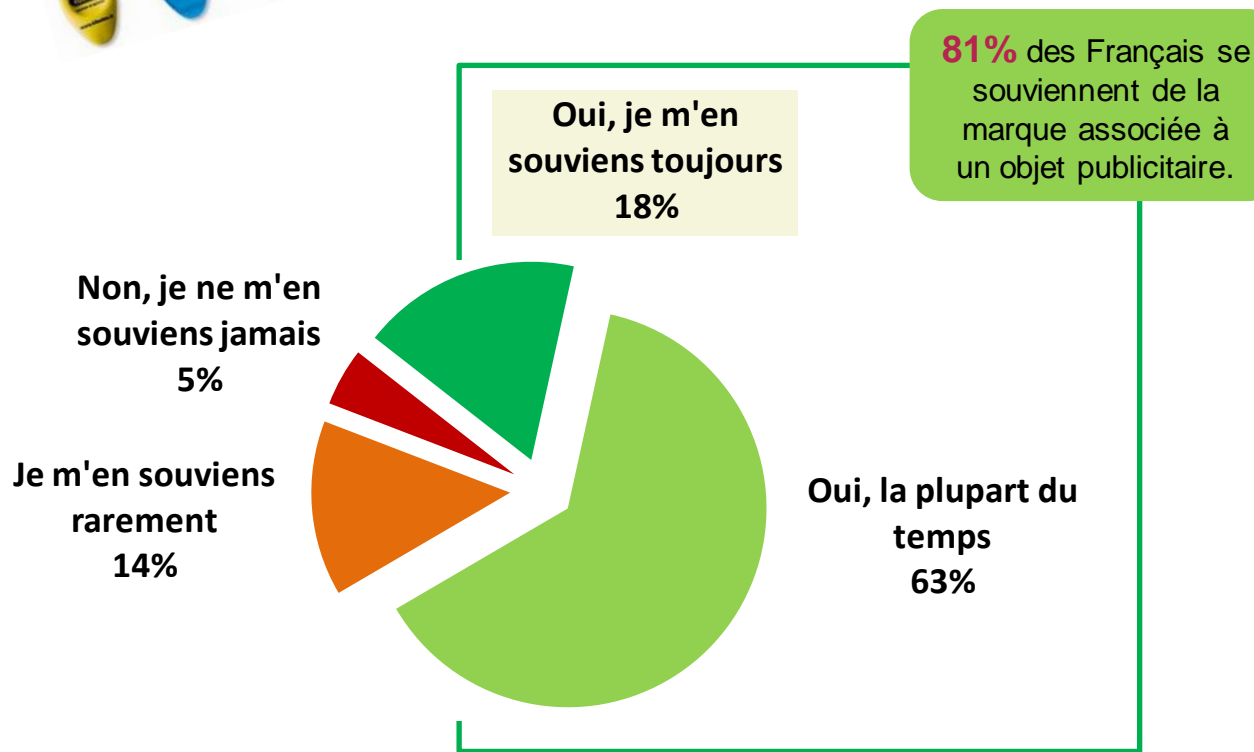
Trois raisons de conservation : l'utilité, l'hédonisme et en dernier la valeur affective.



Q11A. Dans quels cas, conservez-vous les objets publicitaires ?  
Base : 912 Français qui conservent les objets publicitaires



Un souvenir prégnant de la marque émettrice du cadeau.



- **Qui** sont les **81%** de Français qui se souviennent le plus de la marque associée à un objet publicitaire ? *Les plus de 35 ans (83%)*
- **Qui** sont les **18%** de Français qui se souviennent **toujours** le plus de la marque associée à un objet publicitaire ? *On se souvient très bien de la marque apposée sur un objet pub lorsqu'on l'utilise (21%), que l'on est CSP- (24%) et dans un foyer avec enfant (28%).*
- **Qui** sont les **63%** de Français qui se souviennent **la plupart du temps**, et le plus, de la marque associée à un objet publicitaire ? *Les hommes (67%), les 50 ans et plus (68%), les CSP+ (65%) et inactifs (68%), ceux qui donnent ces objets à leurs enfants ou à une autre personne (66%) déclarent se souvenir.*

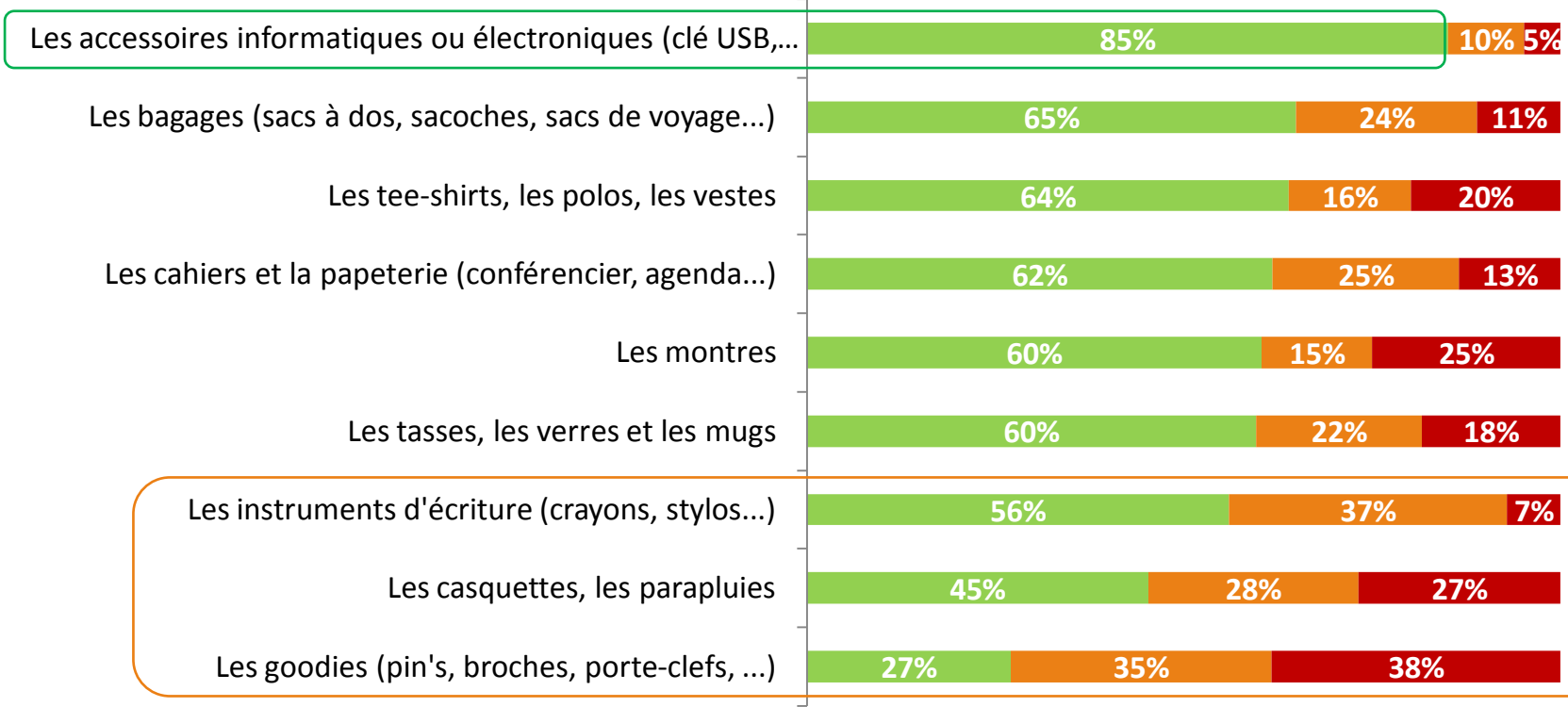
Q12. En général, vous souvenez-vous de la marque ou de l'entreprise qui vous a offert un cadeau publicitaire ?  
Base : 1.002 Français âgés de 18 ans et plus

# Attentes vis-à-vis des objets publicitaires

## Les cadeaux publicitaires préférés des Français

### Quels sont les objets publicitaires les plus attendus ?

■ Vous aimeriez en recevoir plus souvent    
 ■ Vous en avez suffisamment reçu    
 ■ Ne vous intéressent pas du tout



Q17. Voici différentes sortes d'objets ou cadeaux publicitaires. Merci de bien vouloir les ranger dans trois catégories : ceux que vous aimeriez recevoir plus souvent, ceux que vous déjà suffisamment reçus et ceux qui ne vous intéressent pas du tout.  
 Base : 1.002 Français âgés de 18 ans et plus

# Synthèse

## L'objet publicitaire, un impact très élevé auprès des Français

1

**99% des Français\* utilisent, conservent ou donnent à une tierce personne les objets qu'ils reçoivent.**

2

**Parmi les personnes qui conservent les objets publicitaires, les raisons avancées sont nombreuses et variées, laissant ainsi apparaître les différentes fonctions qui peuvent être attribuées.**

Vient en premier l'utilité de l'objet -raison citée par 83% des interviewés- ou tout simplement le fait qu'il comporte une information utile pour le récipiendaire (29% des citations).

Sont également cités comme raison de conservation :

- L'aspect original de l'objet, 44% de citations,
- Son esthétique, 42% de citations,
- Son aspect ludique, 36%.

3

**81% des Français déclarent se souvenir de la marque qui leur offre un cadeau ; pour 18% à chaque fois et, pour les 63% restant, la plupart du temps.**

Il existe une offre large d'objets publicitaires sur le marché. **Mais que préfèrent recevoir les Français ? Les accessoires informatiques sont les plus plébiscités.**

4

▪ En effet, ils sont **85% à souhaiter recevoir plus d'accessoires informatiques ou électroniques** comme des clés USB ou tapis de souris. Cet engouement est particulièrement présent auprès des femmes, des 35-49 ans et des foyers avec enfant (respectivement 88%, 90% et 89%).

\*Echantillon de 1.002 Français âgés de 18 ans et plus, interrogés par Internet du 22 février au 4 mars 2013.





# Contact

---

Pour **en savoir plus** sur cette étude, et en obtenir les **résultats complets**, contacter :

Malek Prat | OZinfos  
malek@ozinfos.com  
01 42 85 47 32